# การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี
# Development of Standard Criteria for Nong Nhor Brand Food Products in Suphanburi Province

**ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ จินตนา ตันสุวรรณนนท์* กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ ปรียนันท์ ประยูรศักดิ์ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร ศานสันต์ รักแต่งาม และมนสินี สุขมาก**
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

**Supawan Apicharttraisorn, Chintana Tansuwannond*, Gritsanaporn Prasitwisate, Preeyanan Prayoonsak, Nongluck Popichit, Sanasun Rugthangam, and Monsinee Sukmak**
Faculty of Management Science, Suan Dusit University

**Received:** *August 15, 2025*
**Revised:** *November 3, 2025*
**Accepted:** *November 4, 2025*

**บทคัดย่อ**

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับการศึกษาเอกสาร และการประชุมแบบระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระดับจังหวัด (จตุภาคี) ได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน รวมทั้งสิ้น 16 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ กรอบคำถามสำหรับการประชุมกลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ด้านมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ครอบคลุมการได้รับการรับรองมาตรฐานด้านอาหารจากหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กรในระดับประเทศและหรือระดับสากล คุณภาพทางประสาทสัมผัส และคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ 2) ด้านความยั่งยืน ครอบคลุมมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม และ 3) ด้านความเป็นสุพรรณบุรี ได้แก่ การใช้สถานที่ผลิตและวัตถุดิบในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวสะท้อนการบูรณาการแนวคิดด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความยั่งยืน และอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารของจังหวัดให้มีความน่าเชื่อถือและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** เกณฑ์มาตรฐาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร แบรนด์น้องเหน่อ อาหารปลอดภัย ความยั่งยืน

**Abstract**

This qualitative research aimed to develop standard criteria for food products under the Nong Nhor brand in Suphanburi Province. The study employed participatory action research (PAR), combined with a document review and focus group discussions with provincial-level stakeholders from the quadruple helix model, including representatives from the government sector, private sector, educational

*จินตนา ตันสุวรรณนนท์ (Corresponding Author)
e-mail: j_chintana@yahoo.com

institutions, and entrepreneurs/community enterprises, totaling 16 key informants. The participants were selected through purposive sampling. The research instrument was a semi-structured focus group guide. Data collected from discussions and documents were analyzed using content analysis. The research findings revealed that the standard criteria for Nong Nhor brand food products in Suphanburi Province comprised three main components: 1) product safety and quality standards, including obtaining food standard certifications from national and/or international agencies, institutions, or organizations, sensory quality, and packaging quality; 2) sustainability aspects, covering environmental, economic, and socio-cultural dimensions; and 3) Suphanburi identity, which included the use of production facilities and raw materials located within Suphanburi Province. These standard criteria reflected the integration of product safety and quality, sustainability, and local identity concepts to enhance the credibility and sustainable competitiveness of the province's food products.

**Keywords:** Standard Criteria, Food Product Standards, Nong Nhor Brand, Food Safety, Sustainability

**บทนำ**

ท่ามกลางกระแสการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลก การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในปัจจุบันกำลังเผชิญกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ทั้งในด้านความต้องการผู้บริโภคต่อคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหาร รวมถึงการบังคับใช้มาตรฐานสากลที่เข้มงวดมากขึ้น อาหารปลอดภัยถือเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน เนื่องจากอาหารที่ปนเปื้อนสารเคมี หรือเชื้อโรคสามารถก่อให้เกิดโรคภัยและผลกระทบต่อสุขภาพระยะยาว นอกเหนือจากนั้นยังมีผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วยจากการสูญเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ความทุกข์ทรมานจากความเจ็บป่วย และการขาดรายได้ในกรณีจำเป็นต้องหยุดงาน

การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นใจด้านคุณภาพ และความปลอดภัยในระดับสากลมีหน่วยงาน และองค์กรที่กำหนดมาตรฐานอาหารที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เช่น มาตรฐาน Codex Alimentarius ที่จัดทำโดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) และองค์การอนามัยโลก (WHO) มาตรฐาน ISO 22000 ด้านการจัดการความปลอดภัยของอาหาร และระบบ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) ที่เน้นการควบคุมอันตรายในกระบวนการผลิต (Codex Alimentarius Commission, 2020) ส่วนในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลพร้อมส่งเสริมมาตรฐาน GMP และ HACCP (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2565) นอกจากนี้ยังมีมาตรฐานเฉพาะด้าน เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (เพชรมณี ดาวเวียง, 2550) อย่างไรก็ตามมาตรฐานเหล่านี้มุ่งเน้นความปลอดภัย และคุณภาพเป็นหลักแต่ยังไม่ครอบคลุมมิติของความยั่งยืน การใช้ทรัพยากรท้องถิ่น และเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่

“เกษตรกรรมยั่งยืน เศรษฐกิจเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดี สังคมมีสุข” เป็นเป้าหมายของแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ที่สะท้อนถึงการวางตำแหน่งของจังหวัด (Provincial Positioning) ซึ่งมีความประสงค์ให้สุพรรณบุรีเป็นเมืองแห่งอาหารปลอดภัย สมุนไพรพื้นบ้าน เมืองประวัติศาสตร์และความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เมืองดนตรีและการกีฬา (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2565) ผลลัพธ์ของแผนพัฒนาจะสร้างคุณค่าและคุณประโยชน์มากมายต่อประชาชนของจังหวัดสุพรรณบุรี อาทิ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับจากตลาดผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศ ทรัพยากรทางการเกษตร และสมุนไพรท้องถิ่นถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่าเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งตอบโจทย์แนวคิด Green Economy สังคมที่มีความสุขเพราะการเคารพในความหลากหลาย

แตกต่างทาง ชาติพันธุ์ รวมทั้งการยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ผ่านดนตรีและการกีฬา แผนพัฒนาจังหวัดจึงฉายภาพเส้นทางการเติบโตอย่างยั่งยืนของสุพรรณบุรี

การสานต่อนโยบายของจังหวัดให้สอดรับกับนโยบายเมืองอาหารปลอดภัยของจังหวัด โดยการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่นอกเหนือจากการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยจากหน่วยงานทั่วไป การได้รับการรับรองมาตรฐานจากจังหวัดเองภายใต้ “มาตรฐานแบรนด์น้องเหน่อ” จะเป็นการสร้างความชัดเจนของการเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากสุพรรณบุรี ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์ และมาตรฐานนี้เมื่อจัดทำเป็นคู่มือจะเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ดี การที่จังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย และตำแหน่งที่ตั้งที่เอื้อต่อการเชื่อมโยงตลาด แต่ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากศักยภาพเหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากการขาดเกณฑ์มาตรฐานและระบบการรับรองที่เหมาะสม นับเป็นปัญหาเร่งด่วนที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข ดังนั้น การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี จึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญเพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างยั่งยืน

**วัตถุประสงค์**

เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี ในการรองรับการเป็นเมืองอาหารปลอดภัย

**แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด**

1. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร และอาหารปลอดภัย

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 กำหนดนิยาม คำว่า “อาหาร” ไว้ในมาตรา 4 หมายความถึง ของกินหรือเครื่องค้ำจุนชีวิต ได้แก่ วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ หรือในรูปลักษณะใดๆ (แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ ) และยังหมายรวมถึงวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารรวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และ เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรสด้วย

สำหรับ ผลิตภัณฑ์อาหาร (Food Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้เป็นอาหารสำหรับผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบหลักคือ ส่วนผสมของอาหาร เช่น สารอาหาร โปรตีน คาร์โบไฮเดรต และไขมัน รวมทั้งอาจมีการปรับปรุงรูปแบบ การบรรจุ และการบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มคุณค่าและความสะดวกในการบริโภค โดยผลิตภัณฑ์อาหารยังหมายรวมถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบอาหารต่างๆ ผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ ทั้งนี้ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ (2567) ได้กำหนดนิยามผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐานการผลิตอาหารของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) การวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ป้องกันและลดอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในห่วงโซ่อาหารตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดจำหน่ายและการเก็บรักษา (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร (Qmark) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานอาหารฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) ผลิตผลทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้

(2) ผลิตผลทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น ข้าวกล้อง ข้าวสาร เนื้อสัตว์แปรรูป อาหารประมงแปรรูป เป็นต้น

(3) อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป เช่น ขนมขบเคี้ยว และน้ำพริกต่างๆ เป็นต้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดนิยาม “ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร” หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูปซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานหรือองค์กรที่เชื่อถือได้ โดยมีบรรจุภัณฑ์และฉลากที่แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อการจำหน่ายทั่วไป ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

(1) ผลิตผลทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด เช่น ผัก ผลไม้ เป็นต้น

(2) ผลิตผลทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น ข้าวกล้อง ข้าวสาร เนื้อสัตว์แช่แข็ง เนื้อสัตว์แดดเดียว ปลารมควัน เป็นต้น

(3) อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป เช่น ขนมขบเคี้ยว น้ำพริก ซอสปรุงรส เป็นต้น

1.2 อาหารปลอดภัย (Food Safety)

อาหารปลอดภัย ตามนิยามของ CODEX หมายถึง อาหารที่จะต้องปลอดจากสารพิษ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค เมื่อบริโภคตามวิธีการและวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยองค์ประกอบของอาหารปลอดภัย ประกอบด้วย 1) ปลอดภัยจากอันตรายทางกายภาพ เช่น เศษแก้ว เศษโลหะ 2) ปลอดภัยจากอันตรายทางเคมี เช่น สารเคมีตกค้างจากยาฆ่าแมลง วัตถุเจือปนอาหารที่เกินมาตรฐาน และ 3) ปลอดภัยจากอันตรายทางชีวภาพ เช่น จุลินทรีย์ก่อโรค แบคทีเรีย ไวรัส หรือพยาธิ (สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ, 2565)

ในการดำเนินงานอาหารปลอดภัย ต้องพิจารณาการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่ของอาหาร ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง จากแหล่งผลิตถึงโต๊ะอาหาร (From Farm to Table) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (เพ็ญ สุขมาก, 2564)

(1) การผลิตที่ปลอดภัย เช่น การไม่ใช้สารเคมี ยาปราบศัตรูพืช หรือสารเร่งใดๆ ที่เกินเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด รวมทั้งการผลิตแบบอินทรีย์ที่ไม่มีการใช้สารเคมีใดๆ ในกระบวนการผลิต

(2) กระบวนการเก็บ ขนส่ง แปรรูปอาหารที่ปลอดภัย การเตรียมปรุงอาหารตามหลักสุขาภิบาลอาหารปลอดภัย ปราศจากสิ่งเจือปนที่อาจส่งผลอันตรายต่อผู้บริโภค

(3) การบริโภคอาหารที่ปลอดภัย หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่ปลอดภัย ไร้สารเจือปนของสารเคมี สารปนเปื้อน และเชื้อโรคต่างๆ ที่อาจส่งผลถึงการมีสุขภาพที่ดี

2. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารและการรับรองมาตรฐาน

มาตรฐานและคุณภาพเป็นสัญลักษณ์ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ซึ่งมาตรฐานผลิตภัณฑ์มีหลายประเภทดังต่อไปนี้ (เพชรมณี ดาวเวียง, 2550)

(1) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์แก่ผู้ผลิตที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค

(2) มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เป็นการรับรองในด้านของแหล่งผลิตความปลอดภัย วิธีการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทยทราบถึงคุณค่าความสำคัญของเครื่องหมายรับรองมาตรฐานนี้

(3) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เป็นข้อกำหนดทางวิชาการของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าเพื่อให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด

(4) เครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal) เป็นการรับรองการผลิตอาหารฮาลาล จัดให้มีสำหรับผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภค โดยสำนักคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ผู้ผลิตเจ้าของสินค้าผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคสามารถส่งเรื่องไปยังสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หลังจากรับเรื่องคณะกรรมการตรวจสอบ

วิธีการผลิตและผลิตภัณฑ์ เมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว ผู้ประกอบการต้องทำหนังสือสัญญากับสำนักจุฬาราชมนตรี โดยได้รับเครื่องหมายและเลขหมายการรับรอง

(5) มาตรฐาน ISO (International Organization of Standard) การรับรองมาตรฐาน ISO เป็นการรับรองมาตรฐานระบบควบคุมคุณภาพ มีการตรวจสอบตามมาตรฐานการผลิต ระบบการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำหรับ ISO 14000 เป็นการเน้นมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมของโรงงาน

(6) มาตรฐานวิธีการผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice: GMP) มาตรฐานประเภทนี้เป็นการสร้างระบบควบคุมกระบวนการผลิต การวินิจฉัยและประเมินอันตรายของอาหารและยาที่อาจเกิดกับผู้บริโภคได้ โดยเริ่มจากวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง พิจารณาองค์ประกอบการผลิต ในเรื่องของสุขลักษณะที่ตั้ง และอาคารผลิต เครื่องมือ เครื่องจักร การควบคุมกระบวนการผลิต การสุขาภิบาล การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด ตลอดจนบุคลากรในส่วนเกี่ยวข้องกับอาหารนั้นจะต้องครอบคลุมและสัมพันธ์กับระบบ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point: HACCP)

2.1 ความหมายของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร (Food Product Standard) คือ มาตรฐานที่กำหนดข้อกำหนดและเงื่อนไขสำหรับการผลิต การจัดเก็บ และการขนส่งอาหาร เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารที่ผลิตและจำหน่ายมีความปลอดภัยและคุณภาพดี สำหรับประเทศไทย มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารมีหลายข้อกำหนดที่สำคัญ เช่น มาตรฐานการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice, GMP) มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Standard) และมาตรฐานคุณภาพอาหาร (Food Quality Standard) เป็นต้น

2.2 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร

การดำเนินการด้านมาตรฐานสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยเริ่มจากการตราพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511ซึ่งเป็นกฎหมายด้านการมาตรฐานฉบับแรกของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไทยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย อันเป็นการคุ้มครองประชาชน และต่อมารัฐก็ได้มีการดำเนินนโยบายด้านการมาตรฐานอย่างต่อเนื่องด้วยการขยายความครอบคลุมด้านมาตรฐานออกไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 และ พระราชบัญญัติมาตรฐานสินค้าเกษตร พ.ศ. 2551 ตามลำดับ เห็นได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานถือเป็นเรื่องหลักที่รัฐในความสำคัญและผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง (ธนภูมิ เครื่องทิพย์, 2563)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหาร ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1) การรับรองมาตรฐานขั้นพื้นฐาน เป็นมาตรฐานที่เน้นความปลอดภัยเบื้องต้น ใช้รับรองผลิตภัณฑ์ในระดับเบื้องต้น เหมาะสำหรับผู้ผลิตรายย่อยและสินค้าภายในชุมชนหรือเกษตรกรที่เริ่มพัฒนาสินค้า ระบบคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับขั้นพื้นฐานในอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) Primary GMP ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) เป็นต้น

2) การรับรองมาตรฐานระดับประเทศ เป็นมาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภายในประเทศ เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและการเกษตรเพื่อเพิ่มคุณภาพ ระบบคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศในอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ GAP (Good Agricultural Practices) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand สินค้าเครื่องหมาย Q (Q Mark) และสินค้าที่ผ่านการตรวจรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ปศุสัตว์ OK, เนื้อสัตว์-ไข่อนามัย เป็นต้น ประมงธงเขียว

3) การรับรองมาตรฐานระดับสากล เป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก เน้นการส่งออกและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เน้นความปลอดภัยและคุณภาพในระดับสูงสุด ระบบคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลในอุตสาหกรรม

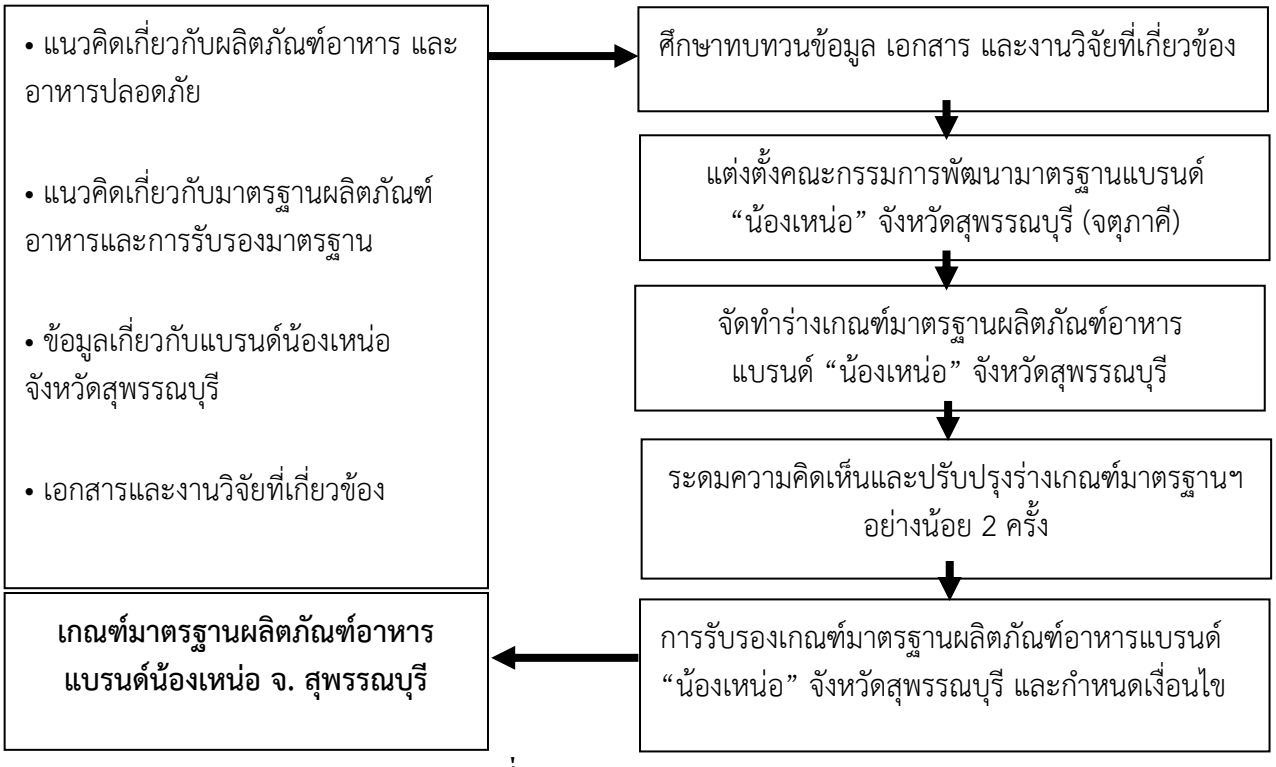
อาหาร อาทิ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) ISO 22000 FSSC 22000 IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ได้มุ่งศึกษามาตรฐานผลิตผลทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ซึ่งในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารสิ่งสำคัญจำเป็นต้องมีการได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐาน โดยมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน หรือเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า นอกเหนือจากนั้นยังคำนึงถึงคุณภาพทางประสาทสัมผัส ทั้งในเรื่องรสชาติสี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส รวมถึงมาตรฐานความปลอดภัยด้านบรรจุภัณฑ์ และสิ่งสำคัญ คือ อัตลักษณ์ความเป็นสุพรรณบุรี

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรีน้องเหน่อ เป็นแบรนด์ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีอดีตผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี นายณัฐภัทร สุวรรณประทีป ได้ส่งเสริมแบรนด์น้องเหน่อให้เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับคุณค่าและบทบาทของน้องเหน่อ ได้มีการกำหนดให้ทำหน้าที่หลากหลาย ทั้งการส่งเสริมและแนะนำแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัด การประชาสัมพันธ์สินค้าของฝากและของดีประจำถิ่น การส่งเสริมกิจกรรมพิเศษของจังหวัด เช่น ดนตรี กีฬา การเป็นทูตทางวัฒนธรรมเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของจังหวัด และการเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการของจังหวัดสุพรรณบุรี การพัฒนาแบรนด์น้องเหน่อจึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับจังหวัดสุพรรณบุรี ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับจังหวัดให้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป (ปรียนันท์ ประยูรศักดิ์ และคณะ, 2565)

ในการวิจัยครั้งนี้ มาตรฐานแบรนด์น้องเหน่อ ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร หมายถึง เกณฑ์หรือข้อกำหนดที่คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี กำหนดขึ้นเพื่อรับรองคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย อีกทั้งสร้างความชัดเจนของการเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากสุพรรณบุรี ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต สถานที่ผลิต และบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสุพรรณบุรีให้มีความน่าเชื่อถือและช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดี มีความปลอดภัยและคุ้มค่า

**กรอบแนวคิด**




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย

**ระเบียบวิธีวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เปิดโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการพัฒนาเกณฑ์ โดยมีเป้าหมาย คือ การร่วมมือกับจตุภาคีของจังหวัด ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และชุมชนของจังหวัดสุพรรณบุรี ในการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหาร ภายใต้ “แบรนด์น้องเหน่อ” เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารประจำจังหวัด ภายใต้ “แบรนด์น้องเหน่อ” ซึ่งเป็นแบรนด์ประจำจังหวัดสุพรรณบุรีให้ได้รับการยอมรับ และเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค โดยในการศึกษา ครั้งนี้ ได้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1) ศึกษาเกณฑ์และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับชุมชนและระดับชาติ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานอาหารท้องถิ่น และแนวทาง ข้อกำหนด และเงื่อนไขการขอรับการพิจารณามาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนามาตรฐานแบรนด์ “น้องเหน่อ” จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งเป็นคณะกรรมการจตุภาคี ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ชุมชนและสังคม

3) คณะผู้วิจัยจัดทำร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ

4) จัดประชุมระดมความคิดเห็นกับจตุภาคี ซึ่งได้รับการแต่งตั้งให้เป็นคณะกรรมการพัฒนามาตรฐานแบรนด์ “น้องเหน่อ” จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อพิจารณาร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ ครั้งที่ 1 (วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2568)

5) คณะผู้วิจัยปรับปรุงร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ ตามข้อคิดเห็นในที่ประชุม

6) จัดประชุมระดมความคิดเห็นกับคณะกรรมการพัฒนามาตรฐานแบรนด์ “น้องเหน่อ” จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อพิจารณาร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ ครั้งที่ 2 (วันที่ 18 มีนาคม 2568)

7) คณะผู้วิจัยปรับปรุงร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ ตามข้อคิดเห็นในที่ประชุม

8) จัดประชุมระดมความคิดเห็นกับคณะกรรมการพัฒนามาตรฐานแบรนด์ “น้องเหน่อ” จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อรับรองร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ และระดมความคิดเห็นกำหนดข้อกำหนด เงื่อนไข และขั้นตอนการขอรับการพิจารณามาตรฐานแบรนด์น้องเหน่อ ครั้งที่ 3 (วันที่ 13 พฤษภาคม 2568)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยนี้ คือ จตุภาคีเครือข่ายในการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์น้องเหน่อ จาก 4 ภาคส่วน จำนวนทั้งสิ้น 16 คน ได้แก่

(1) หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัดสุพรรณบุรี เกษตรและสหกรณ์จังหวัดสุพรรณบุรี พัฒนาการจังหวัดสุพรรณบุรี สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้อำนวยการกลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด จำนวน 6 คน

(2) หน่วยงานภาคเอกชน ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี และกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ (YEC) จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 3 คน

(3) สถาบันการศึกษาและนักวิชาการ จำนวน 5 คน

(4) ชุมชนและสังคม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 2 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้มาจากวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนามาตรฐานแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสุพรรณบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กรอบคำถามสำหรับการประชุมแบบระดมความคิดเห็นกับจตุภาคี เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ ครอบคลุม 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1)

มาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 2) ความเป็นสุพรรณบุรี และ 3) ความยั่งยืน ในมิติทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยได้นำกรอบคำถามดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์อาหารและโภชนาการ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป และการบริหารธุรกิจ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity**)** เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริง

การรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

(1) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารในระดับพื้นฐาน ระดับชุมชน ระดับประเทศ และระดับสากล เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำร่างเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ

(2) ประสานงานกับบุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดประชุมระดมความคิดเห็นและสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการดำเนินการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ ณ จังหวัดสุพรรณบุรี และให้ภาครัฐที่มีอำนาจเป็นผู้แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของจตุภาคีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่วิจัย ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ชุมชนและสังคม

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยแบ่งออกเป็น 2 แหล่งหลัก ได้แก่ (1) ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร และ (2) ข้อมูลจากการประชุมระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับจังหวัด (จตุภาคี) จำนวน 3 ครั้ง คณะผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปคำพูดและบันทึกการประชุมอย่างละเอียด และทำการจัดหมวดหมู่ประเด็นเนื้อหา ตีความเชิงเนื้อหาเพื่อสังเคราะห์เกณฑ์มาตรฐานที่เหมาะสม โดยอ้างอิงจากข้อคิดเห็นร่วมกันของกลุ่มตัวแทนทั้ง 4 ภาคส่วน นอกจากนี้ยังได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Data Triangulation) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น เอกสารทางวิชาการ ข้อเสนอของผู้ให้ข้อมูล และผลการประชุม เพื่อยืนยันความถูกต้องของเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดขึ้น

**ผลการศึกษา**

วิสัยทัศน์ของจังหวัดสุพรรณบุรีระบุว่า “สุพรรณบุรีเป็นจังหวัดชั้นนำด้านแหล่งผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานสู่สากล เป็นศูนย์กลางการศึกษา การกีฬา และการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน” โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการพัฒนาให้เป็น “เมืองอาหารปลอดภัย” จึงให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่าและโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการท้องถิ่น การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นต้องเริ่มจากการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์ “น้องเหน่อ” จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการถอดเทปและบันทึกการประชุมกลุ่มจตุภาคี 3 ครั้ง ซึ่งมีผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชน รวม 16 คน พบว่า เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบหลัก และ 9 ประเด็นย่อย ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Safety & Quality) ประกอบด้วย 3 ประเด็นย่อย ได้แก่

1.1 การรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหาร หมายถึง การได้รับใบรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารจากหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กรในระดับประเทศและหรือระดับสากล โดยแบ่งการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหาร ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) การรับรองมาตรฐานขั้นพื้นฐาน 2) การรับรองมาตรฐานระดับประเทศ และ 3) การรับรองมาตรฐานระดับสากล

1.2 คุณภาพทางประสาทสัมผัส หมายถึง การรับรู้ด้านรสชาติ เนื้อสัมผัส สีสัน และกลิ่นของผลิตภัณฑ์ในระดับดีถึงดีมาก โดยมีหลักฐานรับรองจากรางวัลการประกวดผลิตภัณฑ์อาหาร ประกาศเกียรติคุณ หรือการรับรองจากสื่อและสถาบันที่น่าเชื่อถือทางด้านอาหาร

1.3 คุณภาพของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ 1) มีความปลอดภัย 2) มีฉลากแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ 3) มีความสวยงาม 4) รักษาคุณภาพอาหาร และ 5) สื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นสุพรรณบุรี

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทุกภาคส่วนเห็นพ้องว่า “มาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์” เป็นองค์ประกอบสำคัญสูงสุดของแบรนด์ “น้องเหน่อ” โดยเสนอว่าผลิตภัณฑ์อาหารที่จะได้รับตราสัญลักษณ์ ‘น้องเหน่อ’ ควรผ่านการรับรองหรือการตรวจสอบกระบวนการผลิตจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค โดยมีมาตรฐาน อย. เป็นเกณฑ์พื้นฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัย ทั้งนี้ หากผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล เช่น HACCP หรือ GMP และผ่านการตรวจสอบคุณภาพในห้องปฏิบัติการเพื่อยืนยันความปลอดภัยก่อนเข้าสู่กระบวนการประเมินภายใต้แบรนด์ ‘น้องเหน่อ’ ก็จะยิ่งเสริมความน่าเชื่อถือและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น ผักและผลไม้ ควรมีมาตรฐาน GAP เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและยกระดับภาพลักษณ์ของแบรนด์ นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษายังเห็นร่วมกันว่าคุณภาพทางประสาทสัมผัสควรเป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์ประเมินโดยอาจใช้ผลการตัดสินจากการประกวดหรือรางวัลที่เชื่อถือได้ประกอบการพิจารณา

องค์ประกอบที่ 2 ด้านความยั่งยืน (Sustainability) ประกอบด้วย 3 ประเด็นย่อย ได้แก่

2.1 มิติทางสิ่งแวดล้อม คือ 1) มีกระบวนการผลิตและใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) มีระบบจัดการของเสียที่ไม่มีผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

2.2 มิติทางเศรษฐกิจ คือ 1) มีการจ้างงานคนในท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี และ 2) การเป็นแหล่งการเรียนรู้ในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร

2.3 มิติทางสังคมและวัฒนธรรม คือ การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น รักษาและส่งเสริมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมและวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทุกภาคส่วนเห็นพ้องว่า “ความยั่งยืน” เป็นองค์ประกอบสำคัญของเกณฑ์การประเมินแบรนด์ “น้องเหน่อ” ที่ต้องครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาจังหวัดและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม อาทิ ให้พิจารณาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในทุกขั้นตอนการผลิต กำหนดมาตรฐานกระบวนการผลิตที่ลดการใช้สารเคมีและควบคุมการปล่อยของเสีย ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียอย่างเหมาะสม และส่งเสริมให้แบรนด์ “น้องเหน่อ” เป็นกลไกเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้บริโภค เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่เติบโตอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 3 ด้านความเป็นสุพรรณบุรี (Identity) ประกอบด้วย 2 ประเด็นย่อย ได้แก่

3.1) การใช้สถานที่ผลิตในจังหวัดสุพรรณบุรี

3.2) การใช้วัตถุดิบที่ผลิตในจังหวัดสุพรรณบุรี

องค์ประกอบด้าน “ความเป็นสุพรรณบุรี” สะท้อนอัตลักษณ์และความโดดเด่นของพื้นที่ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่างเห็นพ้องว่า ผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้แบรนด์ “น้องเหน่อ” ควรแสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นผ่านการใช้สถานที่ผลิตและวัตถุดิบจากจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อสร้างการรับรู้ ความภาคภูมิใจ และความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดอื่น โดยเน้นว่าการใช้วัตถุดิบจากพื้นที่เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์และการจดจำของแบรนด์

จากการนำเสนอผลการศึกษาข้างต้น จะเห็นได้ว่า เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อดังกล่าวข้างต้น สะท้อนการบูรณาการแนวคิดด้านความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความยั่งยืน และอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารของจังหวัดสุพรรณบุรีให้มีความน่าเชื่อถือ สามารถแข่งขันได้ และขับเคลื่อนไปสู่การเป็น “เมืองอาหารปลอดภัย” อย่างยั่งยืน

**อภิปรายผล**

สุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคกลางของประเทศไทย มีลักษณะภูมิประเทศที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกด้วยพื้นที่ราบลุ่มของแม่น้ำท่าจีน และระบบชลประทานที่ดี จึงทำให้สุพรรณบุรีเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญของประเทศ และเป็นแหล่งวัตถุดิบอาหารที่สำคัญของภาคกลางที่สามารถผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น

การสร้างมาตรฐานอาหารที่ดีถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรีให้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง อีกทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพอาหารที่ได้มาตรฐาน ลดความเสี่ยงจากการบริโภคอาหารไม่ถูกสุขลักษณะและไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากขึ้น และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งส่งเสริมรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาปรากฏว่าเกณฑ์มาตรฐาน 3 องค์ประกอบหลักสำหรับแบรนด์น้องเหน่อ สะท้อนถึงการบูรณาการแนวคิดที่ครอบคลุมและทันสมัย ซึ่งไม่เพียงเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาแบรนด์ภูมิภาคในระดับสากล ที่มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าผ่านเรื่องราวและความเป็นต้นกำเนิด

ทั้งนี้ หากจะการวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละด้าน สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1) ด้านมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Safety & Quality) การจำแนกมาตรฐานความปลอดภัยออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน ระดับประเทศ และระดับสากล แสดงให้เห็นถึงการยอมรับความหลากหลายของผู้ประกอบการ และการสร้างเส้นทางการพัฒนา (Development Pathway) ที่ชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กสามารถเข้าร่วมได้ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน และพัฒนาไปสู่ระดับที่สูงขึ้นได้ นอกจากนี้ การนำประเด็นในเรื่องของ "คุณภาพทางประสาทสัมผัส" ทั้งในเรื่องของ รสชาติ สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส เข้ามาไว้ในเกณฑ์มาตรฐานด้วย แสดงให้เห็นถึงการยอมรับว่าผลิตภัณฑ์อาหารไม่เพียงต้องปลอดภัย แต่ต้องมีคุณภาพที่ดีและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคด้วย ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับที่ พิสิฐ ลี้อาธรรม ศศิเพ็ญ พวงสายใจ สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินความยั่งยืนของผู้ผลิตสินค้าชุมชน พบว่าด้านสินค้า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ คือ สินค้าที่ผลิตมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ปล อดสารพิษ ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ ถ้าเป็นสินค้าด้านอาหารจะต้องปลอดภัย มีรสชาติอร่อย แตกต่างจากคู่แข่ง มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดึงดูดลูกค้า ราคาเหมาะสม มีรูปแบบสินค้าที่หลากหลายมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน ด้านวัตถุดิบ การที่กลุ่มประสบความสำเร็จได้จะต้องมีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ใช้แรงงานในชุมมชนอย่างสม่ำเสมอ

2. ด้านความยั่งยืน (Sustainability) เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารแบรนด์น้องเหน่อที่สร้างขึ้น ครอบคลุมความยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติทางสิ่งแวดล้อม มิติทางเศรษฐกิจ และมิติสังคมและวัฒนธรรม แสดงให้เห็นการก้าวไปสู่ระบบอาหารที่ยั่งยืน (Sustainable Food System) โดยงานวิจัยของ Vermeulen et al. (2012) เน้นให้เห็นว่าระบบอาหารที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ และรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งในมิติสิ่งแวดล้อมได้ให้ความใส่ใจในเรื่องของกระบวนการผลิตและใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย รวมถึงมีระบบจัดการของเสียที่ไม่มีผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สำหรับมิติทางเศรษฐกิจ การกำหนดให้มีการจ้างงานคนในท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี และการเป็นแหล่งการเรียนรู้ สะท้อนแนวคิดการเติบโตอย่างครอบคลุม (Inclusive Growth) ที่เน้นการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น (OECD, 2016) ซึ่งช่วยสร้างการยอมรับและความยั่งยืนในระยะยาว ขณะที่มิติสังคมและวัฒนธรรม การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ของ UNESCO ที่เน้นการรักษาและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ รวมถึงวัฒนธรรมอาหาร งานวิจัยของ

Trichopoulou et al. (2007) ชี้ให้เห็นว่าการรักษาวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นไม่เพียงอนุรักษ์เอกลักษณ์ แต่ยังสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3. ด้านความเป็นสุพรรณบุรี (Identity) มีการกำหนดเงื่อนไข 2 ข้อ คือ สถานที่ผลิต และวัตถุดิบ การกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารต้องผลิตในสุพรรณบุรีและใช้วัตถุดิบท้องถิ่นสะท้อนแนวคิดการสร้างตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และ การสร้างแบรนด์เชิงพื้นที่ (Place Branding) ที่เน้นความเชื่อมโยงระหว่างผลิตภัณฑ์กับพื้นที่ภูมิศาสตร์ โดยงานวิจัยของ Bowen & Zapata (2009) พบว่า GI ช่วยสร้างความแตกต่าง เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และคุ้มครองผู้ผลิตท้องถิ่นจากการเลียนแบบ การสร้างแบรนด์เชิงพื้นที่ อย่าง "น้องเหน่อ" ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anholt (2005) ที่เน้นว่าการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของพื้นที่ผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท้องถิ่น

ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า องค์ประกอบทั้ง 3 ด้านมีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เช่น การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น (Identity) ก็เป็นการสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน (Sustainability) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความยั่งยืนในมิติทางเศรษฐกิจ ในส่วนของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Sustainability) สนับสนุนการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity) และคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ (Quality) สามารถสื่อถึงความเป็นสุพรรณบุรี (Identity) ได้

เกณฑ์มาตรฐานที่ได้จากการศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการแนวคิดที่ครอบคลุมและมีวิสัยทัศน์ระยะยาว การนำไปประยุกต์ใช้จะต้องมีการเตรียมความพร้อมอย่างรอบด้าน ทั้งในแง่ของการสร้างความเข้าใจ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และการสร้างระบบสนับสนุนที่เหมาะสม หากสามารถดำเนินการได้สำเร็จ จะเป็นต้นแบบที่ดีสำหรับการพัฒนาแบรนด์ภูมิภาคในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน

**ข้อเสนอแนะ**

1.ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ควรนำผลการวิจัยไปบูรณาการกับนโยบาย “เมืองอาหารปลอดภัย” และแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขับเคลื่อนการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่อย่างเป็นระบบ โดยใช้มาตรฐานแบรนด์ “น้องเหน่อ” เป็นกลไกกลางในการส่งเสริมผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรให้ผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐาน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค การเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นที่มีการพัฒนาแบรนด์หรือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารของตนเอง รวมถึงกรณีศึกษาจากต่างประเทศ เพื่อสังเคราะห์แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) และนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนามาตรฐานของจังหวัดสุพรรณบุรีให้มีศักยภาพแข่งขันในระดับสากล

**เอกสารอ้างอิง**


ธนภูมิ เครื่องทิพย์. (2563). **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.): ความเชื่อมั่นและผลลัพธ์ด้านการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์**. สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรียนันท์ ประยูรศักดิ์ ศุภวรรณ อภิชาตไตรสรณ์ จินตนา ตันสุวรรณนนท์ กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ วิภาวี วลีพิทักษ์เดช และคณะ. (2565). **การสื่อสารแบรนด์จังหวัดสุพรรณบุรีผ่านมาสคอตน้องเหน่อ.** (รายงานการวิจัย) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

พระราชบัญญัติอาหาร. พ.ศ. 2522. (2522, 13 พฤษภาคม). **ราชกิจจานุเบกษา.** เล่ม 96 ตอนที่ 79. หน้า 1-28.

พิสิฐ ลี้อาธรรม ศศิเพ็ญ พวงสายใจ สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา. (2559). การประเมินความยั่งยืนของผู้ผลิตสินค้าชุมชน. **วารสารคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 20**(1),1-48.

เพชรมณี ดาวเวียง. (2550). มาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก. **วารสารนักบริหาร (Executive Journal)**, **7**(2), 45-47.

เพ็ญ สุขมาก. (2564). **แนวทางการจัดทำแผนและโครงการระบบอาหารในระดับชุมชนท้องถิ่น การจัดการระบบอาหารเพื่อลดความเหลื่อมล้ำระดับท้องถิ่น.** สงขลา: สถาบันนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ. (2565). **NQI กับตัวอย่างห่วงโซ่การผลิตอาหารปลอดภัย จากฟาร์มจนถึงผู้บริโภค (Safe Food for Customers from FARM to FORK).** สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2568 จาก https://mx.nimt.or.th/?p=15803

สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี. (2565). **แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ. 2566-2570).** สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก https://ww1.suphanburi.go.th/files/com_ebook/2021-09_7aed35f28b99431.pdf

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2567). **แนวทางการส่งเสริมสินค้าโอทอป (OTOP).** นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2565). **คู่มือการขออนุญาตและการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP**. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.

**Reference**

Anholt, S. (2005). Three Interlinking Concepts: Intellectual Property, Nation Branding and Economic Development. **Place Branding, 1**(1), 12-13.

Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical Indications, Terroir, and Socioeconomic and Ecological Sustainability. **Journal of Rural Studies, 25**(1), 108-119.

Codex Alimentarius Commission. (2020). **General principles of Food Hygiene CXC 1-1969.** Rome: FAO/WHO.

OECD (2016). **The Productivity-Inclusiveness Nexus.** Paris: OECD Publishing.

Trichopoulou, A., Soukara, S., & Vasilopoulou, E. (2007). Traditional foods: Why and how to Sustain them. **Trends in Food Science & Technology, 18**(8), 420-427.

Vermeulen, S. J., Campbell, B. M., & Ingram, J. S. (2012). Climate Change and Food Systems. **Annual Review of Environment and Resources, 37**, 195-222.

**คณะผู้เขียน**

**ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: supawan.api@gmail.com

**จินตนา ตันสุวรรณนนท์**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: j_chintana@yahoo.com

**กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: bye4me@hotmail.com

**ปรียนันท์ ประยูรศักดิ์**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: dr.preeyanan@gmail.com

**นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: npopichit@gmail.com

**ศานสันต์ รักแต่งาม**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: thecoffinblack@gmail.com

**มนสินี สุขมาก**

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

e-mail: monsinee_suk@dusit.ac.th